

REGISTRO DE ENTREGA DE PRODUCTO:

Título: Protocolo de “Encuesta para medir el precio de la Canasta Básica en 30 Comunidades de León y Chinandega”

Número de entrega: Fideg 007

Fecha de entrega: 28 de julio, 2008

Recibido por: _____

Aprobado por: _____

Fecha de Aprobación: _____



Contrato:

CRM/DG/DAF/LIC/0407/00132

Proyecto:

DATA GATHERING, ANALYSIS AND STUDIES FOR THE EVALUATION OF THE MILLENIUM CHALLENGE ACCOUNT PROGRAM IN NICARAGUA (Recolección de Datos, Análisis y Estudio para la Evaluación de Impacto del Programa De Nicaragua de la Cuenta Reto del Milenio).

Producto No.

Fideg 007

Nombre de Producto:

PROTOCOLO: "Encuesta para medir el precio de la Canasta Básica en 30 Comunidades de León y Chinandega"

Firma Consultora:

Fundación Internacional para el Desafío Económico Global
(FIDEG)

28 de julio, 2008
Managua, Nicaragua

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO DE ABREVIACIONES	2
I. ANTECEDENTES	3
· Sobre M & E de la CRM-N.....	3
· El Proyecto de Mejoramiento Vial.....	3
· Contexto Institucional (Relación FIDEG- CRM-N)	5
II. OBJETIVOS	5
III. METODOLOGÍA.....	5
3.1 Cobertura del Estudio	6
3.2 Definición del Instrumento y descripción metodológica.....	6
3.3 Muestreo para la encuesta de precios.....	9
3.4 Período de recolección.....	11
3.5 Formulario de recolección de precios.....	11
3.6 Cálculo de Precios	12
IV. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	13
4.1 Capacitación	13
4.2 Composición de las brigadas.....	13
4.3 Función de los miembros de la brigada	13
4.4 Coordinación entre FIDEG y CRM.....	14
4.5 Procesamiento de la información	14
4.6 Observaciones del consultor	14
V. PRODUCTO	15
VI. CALENDARIO DE ACTIVIDADES.....	15
ANEXOS.....	16
Anexo 1: ZONA DE INFLUENCIA DE LAS CARRETERAS.....	16
Anexo 2: ESTRUCTURA DE LA CANASTA BÁSICA	18
Anexo 3: FORMULARIO PARA RECOLECCIÓN DE PRECIOS DE LA CB.....	19
Anexo 4: COMUNIDADES SELECCIONADAS SEGÚN CRITERIO DE SELECCIÓN	20
Anexo 5: METODOLOGÍA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA DE COMUNIDADES	21

GLOSARIO DE ABREVIACIONES

BCN: Banco Central de Nicaragua

COMPACTO: Documento denominado Convenio Reto del Milenio

CRM: Cuenta Reto del Milenio

FIDEG: Fundación Internacional para el Desafío Económico Global

INIDE: Instituto Nicaragüense de Información para el Desarrollo

LB: Agente de Adquisiciones Louis Berger

ME: Monitoreo y Evaluación, Nicaragua

EE: Equipo de Evaluación, Wisconsin.

MCA-N: Millennium Challenge Account de Nicaragua (Por sus siglas en Inglés), Cuenta Reto del Milenio, Nicaragua

MCC: Millennium Challenge Corporation (Siglas en Inglés)

MTI: Ministerio de Transporte e Infraestructura de Nicaragua

ONR: Oficina de Negocios Rurales

PNR: Programa de Negocios Rurales

SCPNR: Sistema de Control de Proyecto de Negocios Rurales

UG: Unidades Geográficas

I. ANTECEDENTES

En enero de 2004, el gobierno de los Estados Unidos de América instituyó la Corporación Reto del Milenio con la finalidad de impulsar la Cuenta Reto del Milenio. La Misión de la Corporación está orientada a reducir la pobreza mediante el respaldo a iniciativas cuya finalidad sea el apoyo a un crecimiento económico sostenible en diversos países en desarrollo. Las iniciativas generadas alrededor de la Corporación y la Cuenta deberán asegurar, además, la creación y perdurabilidad de políticas ambientales consonantes con la sostenibilidad y amigables con los recursos naturales y el capital humano propios de los países beneficiarios.

Específicamente, a Nicaragua le fue asignada una donación de ciento setenta y cinco millones de dólares como respaldo a la creación de la Cuenta Reto del Milenio. Con base en esta donación y en los criterios arriba mencionados, la Cuenta Reto del Milenio se encuentra promoviendo el crecimiento económico y la reducción de la pobreza en comunidades de municipios de León y Chinandega.

En ese marco, el monitoreo y la evaluación sistemáticos y constantes son considerados fundamentales para obtener la seguridad de que los objetivos propuestos y las iniciativas impulsadas por la Cuenta Reto del Milenio, efectivamente han resultado en el incremento de ingresos y en mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios identificados, para lo cual se hace necesario constar con una Línea de Base.

- **Sobre M & E de la CRM-N**

El plan de Monitoreo y Evaluación (M & E) es un componente esencial e integral del programa CRM-N. El plan de M & E Nicaragua desempeña las siguientes funciones:

- Describe la meta del Programa y explica cómo MCC y CRM-N van a monitorear los avances y beneficios del Programa, para determinar si el Programa logra los resultados esperados.
- Sirve como guía para la implementación y gerencia del Programa, de modo que tanto el Personal de CRM-Nicaragua, los Directores y las Entidades Implementadoras, entiendan los resultados que tienen la responsabilidad de lograr, y que los beneficiarios y financiadores estén enterados de los avances de cara a tales resultados.
- Proveer un marco que alertará a los financiadores sobre cualquier problema durante la implementación del Programa; al igual que proveer una base para realizar cualquier ajuste necesario al Programa.
- Realizar evaluaciones de impacto que valoren la relación causal entre el Programa y sus Metas.

- **El Proyecto de Mejoramiento Vial**

El componente de mejoramiento vial inicialmente contemplaba la rehabilitación de 2 segmentos

de carreteras principales, y 13 segmentos de carreteras secundarias¹. En total, se trabajarían 364.6 Km. de carretera, a lo largo de las cuales se ubican al menos 50 comunidades (de naturaleza semi-urbana y rural). El siguiente mapa ilustra las zonas de influencia del componente de mejoramiento vial. Sin embargo, a junio del 2008 se el número de caminos priorizados se había reducido a 7 u 8², una parte de los cuales están pendientes de aprobación y no-objeción de la CRM.



¹ En el Anexo 1 se presenta un detalle de las carreteras y caminos a ser intervenidos.

² Los segmentos secundarios priorizados son:

1. S13: Nejapa – Izapa / Puerto Sandino.
2. Villanueva- Guasaule.
3. S9: León-Poneloya-Las Peñitas
4. S1: Somotillo-Cinco Pinos.
5. S3: Cinco Pinos – San Pedro del Norte .
6. S5: El Sauce-Achuapa.
7. S4: Villanueva-El Sauce.

- **Contexto Institucional (Relación FIDEG- CRM-N)**

La Fundación Internacional para el Desafío Económico Global (FIDEG), es una Organización sin fines de lucro constituida y regida por las leyes de la república de Nicaragua. FIDEG, habiendo concursado en una licitación internacional, logró la adjudicación del contrato CRM/DG/DAF/LIC/0407/00132 "DATA GATHERING, ANALYSIS AND STUDIES FOR THE EVALUATION OF THE MILLENIUM CHALLENGE ACCOUNT PROGRAM IN NICARAGUA " (Recolección de Datos, Análisis y Estudio para la Evaluación de Impacto del Programa De Nicaragua de la Cuenta Reto del Milenio).

Este contrato comprende la ejecución de los siguientes componentes, como parte del plan de M & E :

1. Encuesta de Hogares, para conocer el impacto del proyecto en el bienestar de los hogares de las comunidades de León y Chinandega.
2. Encuesta de Precios, para medir el impacto del proyecto de Transporte en los precios de los bienes comercializados en la zona.
3. Revisión de los formularios de ingreso de información en las Oficinas de Negocios Rurales (ONR).
4. Perfiles diagnóstico de los procesos decisorios de los agentes productivos, para conocer el impacto del proyecto en las relaciones sociales y en la toma de decisiones de los productores.
5. Componente de tráfico, para revisar los procesos de recolección de datos de las distintas entidades involucradas.

El presente documento constituye el protocolo de trabajo para el segundo componente "Encuesta de Precios".

II. OBJETIVOS

El presente componente tiene como objetivo medir el impacto en el costo de la vida (precios de bienes y servicios) que resulta de la influencia de los proyectos de la CRM-N en las comunidades beneficiarias, en particular el mejoramiento de la red vial secundaria en los departamentos de León y Chinandega. Como resultado indirecto, este componente permitirá conocer los efectos del proyecto en la disponibilidad y variedad de productos y en las condiciones de los negocios (existentes y nuevos) en las zonas de incidencia.

III. METODOLOGÍA

Se realizarán dos encuestas de precios en 30 comunidades en los departamentos de León y Chinandega. Con la primera encuesta se construirá una línea de base y con la segunda se medirá el impacto del proyecto de mejoramiento vial de la CRM en el costo de la vida de los pobladores que

viven aledaños a las carreteras secundarias a ser intervenidas. La primera encuesta se levantará antes de la construcción de las carreteras (agosto 2008) y la segunda al final del período de construcción de las mismas (2011), ambas en las mismas 30 comunidades.

En la recolección de precios se utilizará la Canasta Básica (CB)³ de Consumo a como lo define el Banco Central de Nicaragua (BCN), el INIDE y FIDEG.

3.1 Cobertura del Estudio

Este estudio abarcará dos tipos de comunidades:

1. Comunidades de tratamiento ubicadas a lo largo de las carreteras secundarias a ser rehabilitadas en los departamentos de León y Chinandega.
2. Comunidades de Control, ubicadas a lo largo o cerca de vías que no serán rehabilitadas o lo serán en fechas posteriores, pero que presentan características similares a las comunidades de tratamiento.

En el Anexo 1 se presenta un listado completo de las zonas de influencia⁴ de cada uno de los segmentos que originalmente serían intervenidos, incluyendo las comunidades y localidades que estarían influenciadas directa e indirectamente por los trabajos de rehabilitación.

3.2 Definición del Instrumento y descripción metodológica

Según el BCN, se define la Canasta Básica (CB) como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar en cantidades mínimas para cubrir las necesidades básicas durante un periodo de un mes.

En la práctica la CB es un instrumento de investigación utilizado para medir el nivel de ingreso que requieren los hogares para satisfacer sus “necesidades básicas”. En otras palabras, es un indicador que permite medir la pobreza al establecer un umbral de ingreso necesario para vivir en condiciones social y humanamente aceptables.

Este instrumento también puede ser utilizado para medir la variación en los precios de los distintos componentes de la CB a lo largo de un período de tiempo determinado.

Como instrumento de investigación, la CB tiene como objetivo fundamental la recolección mensual y su análisis correspondiente de los diversos datos acerca de los precios de los productos que tienen un mayor peso en el presupuesto de consumo de los hogares en distintas regiones de

³ Para el propósito del presente trabajo, se utilizará la CB urbana de 53 productos. EL BCN también reporta una CB rural compuesta únicamente por 20 productos que incluye 12 productos alimenticios y 8 productos de la categoría Usos del Hogar. El empleo de esta última daría una visión muy limitada del impacto del proyecto en la disponibilidad de los productos y servicios en las zonas de impacto. En cualquier caso, la CB urbana de 53 productos incluye los 20 productos de la CB rural.

⁴ Las zonas de influencia se tomaron de los estudios de factibilidad de cada uno de los segmentos de carretera realizados por los consultores correspondientes y proporcionados por la CRM:

Nicaragua. Sin embargo, para el propósito de este trabajo únicamente se contempla la medición del *costo* de la CB en dos períodos: línea base (2008) y final (2011).

3.2.1 Antecedentes del instrumento

En Nicaragua la estructura de la CB corresponde a información derivada de la encuesta ingreso-gasto realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC⁵. De dicha encuesta se tomaron como parámetro las kilocalorías recomendadas internacionalmente y la capacidad de disponibilidad en el país. De esta manera se elaboró la CB incluyéndose algunos servicios como agua, luz, dado que esta serviría como parámetro para los salarios mínimos, también se le agregó el vestuario con el fin de reponer los inventarios de ropa de la familia.

Tradicionalmente las instituciones del gobierno, sindicatos y agrupaciones de trabajadores utilizan la CB como parámetro de medición de los niveles de inflación y como mecanismos de negociación salarial.

Desde 1991, FIDEG ha realizado de manera continua y sin interrupción la recolección mensual de precios al consumidor de 128 productos que conforman el ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE ASALARIADOS (IPCA) en cinco ciudades de Nicaragua: Estelí, Juigalpa, León, Managua y Matagalpa. De este índice también se deriva el subconjunto de la CB. La evolución de los precios de la CB de 53 de esos productos ha sido publicada en 174 ediciones de la publicación institucional El Observador Económico.

En la conceptualización de la CB intervienen distintos elementos como la universalidad de los bienes, su contenido energético y su participación en el consumo del hogar. La CB también se estructura de acuerdo a las características de las zonas y a los hábitos alimentarios, frecuencia de consumo y disponibilidad de alimentos y otros bienes. Es un instrumento que sirve de referencia de la demanda alimentaria familiar no solo desde el punto de vista económico, sino también nutricional.

La CB se divide en tres subgrupos: alimentos, bienes y usos del hogar y vestuario (Ver Anexo 2). Cada uno de los subgrupos se compone de elementos según el peso de cada uno en el consumo de los hogares. El subgrupo de Alimentos está compuesto por 23 elementos; el de Bienes Uso del Hogar por 15 elementos y Vestuario por 15 elementos.

La identificación de estos productos da origen a una lista de alimentos y bienes básicos que contengan los nutrientes mencionados bajo insumos alimenticios o grupos de alimentos y otros productos básicos del hogar. Este listado de productos básicos se expresa en términos de alimentos y productos mas representativos que se utilizan para conformar los grupos

⁵ Para mayor información referirse a: BCN (2007), "*Canasta básica urbana, conceptos, metodología.*" y a: Menchú, Ma Teresa y Osogueda, Olga (2002). "*La Canasta Básica de los Alimentos en Centroamérica: Revisión Metodológica.*" OPS e INCAP.

En Nicaragua se ha determinado que los requerimientos necesarios del consumo diario per cápita de energía es de 2,455 kilocalorías⁶. A partir de esto se debe tomar en consideración los requerimientos nutricionales de la población los cuales se expresan en las demandas de los productos alimentarios que las satisfagan. Adicionalmente, las cifras oficiales indican las proporciones de cada producto que consume un hogar promedio por mes.

3.2.2 La CB hasta el 2007

Hasta agosto del año 2007 la CB urbana nicaragüense estaba conformada por 53 productos, seleccionados de acuerdo a los requerimientos mínimos de consumo⁷ y la frecuencia de consumo de una familia de asalariados (según datos del Censo de ingreso-gasto del INEC) compuesta por seis miembros, dos adultos, un adolescente, un escolar y dos preescolares.

El tamaño promedio de los hogares de referencia era de 6.2 personas, el número medio de perceptores de ingresos era 1.6 y el número de personas vulnerables era de 2.6 personas⁸ por hogar. La CB se aplicaba uniformemente a los distintos segmentos de la población urbana del área metropolitana de la ciudad de Managua.

Sin embargo, a partir de junio del año 2007 entró en vigencia una Reforma a la Ley del Salario Mínimo que contemplaba la reestructuración de la CB de tal forma que se adaptase a las necesidades calóricas de la población. Por tal razón se formó una comisión integrada por los sindicatos, el MITRAB y la empresa privada, para discutir los cambios en la estructura de la CB. En septiembre del año 2007 entró en vigencia la nueva estructura de la CB, una vez que las partes acordaron los cambios a realizarse.

En el largo plazo es necesario realizar un análisis de la canasta básica que permita realizar una revisión de la metodología para que esta se ajuste a la coyuntura actual para que puede ser utilizada como una herramienta efectiva por los tomadores de decisiones.

3.2.3 La CB a partir del 2007

A partir de septiembre del 2007, en Nicaragua se utiliza una nueva CB definida para una familia de 6 personas, 4 adultos y 2 niños. Los cambios consisten en la sustitución de algunos ítems del grupo de alimentos, en el incremento en las cantidades de los 53 productos, cambios en la descripción de los productos y en las unidades de medida. A continuación se detallan los cambios específicos:

- En el grupo de alimentos se eliminaron los productos: Sal, Leche íntegra, banano maduro y café molido. Los productos por los que fueron sustituidos son Ayote, Chiltomas, Naranjas y Pastas Alimenticias.

⁶ Resolución de la Sub-Comisión Nacional para la revisión de la Canasta Básica, julio 2007.

⁷ En el caso del componente de Alimentos, se refiere al consumo calórico por día.

⁸ Niños menores de 12 años y adultos mayores de 60 años.

- En el grupo de alimentos y de vestuarios se realizaron cambios en la descripción de los siguientes productos
 - Posta de pierna-> posta de res
 - Carne de pollo-> carne de aves
 - Chuleta de pescado-> pescado
 - Tomate-> tomate de cocinar
 - Cebolla-> cebolla blanca
 - Pantalón Nacional-> pantalón largo de tela jeans
 - Camisa nacional-> camisa de manga corta
 - Blusa nacional-> blusa manga corta
 - Zapatos-> sandalias de cuero sintético

- Los 3 grupos que integran la canasta básica experimentaron un incremento en las cantidades.

3.3 Muestreo para la encuesta de precios

Las comunidades y los informantes a ser entrevistados en este estudio deberán ser los mismos en ambos períodos (2008 y 2011).

3.3.1 Comunidades:

Se seleccionará una muestra de al menos tres comunidades por carretera secundaria intervenida, para un total de 30 registros de CB de 53 productos para 30 comunidades distintas. Se debe destacar que en algunos casos la extensión de las carreteras permite emplear una sola comunidad (localidad de destino), como es el caso de los segmentos S10 y S13 de 10 kms de extensión cada uno. La muestra se distribuirá de tal manera que se consulten comunidades directamente beneficiarias, y comunidades no afectadas (comunidades de control).

Dado que la mayoría de la comunidades a lo largo de las vías secundarias a ser mejoradas son de naturaleza rural o semi-rural, es posible que en algunas no se encuentren la totalidad de los 53 productos de la CB. Ello depende de la disponibilidad de informantes, lo cual a su vez dependerá del perfil de la comunidad estudiada.

3.3.1.a Criterios de selección de las comunidades:

El mecanismo de selección de las comunidades que conformarán la muestra será diseñada por el equipo técnico de MCC, y se detalla en el Anexo 5 a este documento.

EL marco muestral está conformado por 108 comunidades ubicadas en las zonas de influencia de las 13 carreteras secundarias originalmente propuestas para ser rehabilitadas. De este marco se seleccionará comunidades que sí serán beneficiadas (de tratamiento) y comunidades que no lo serán (de control) porque la carretera originalmente propuesta para intervenir no lo será.

Algunas de las variables relevantes utilizadas como criterios en la construcción del marco muestral incluyen: ubicación de la comunidad (departamento y municipio); condición de la carretera según

indicador IRI; tamaño de población; ubicación de la comunidad respecto a la carretera secundaria; si en la comunidad hay sujetos que participaron en la encuesta de hogares⁹; si la comunidad participó en la encuesta comunitaria; cantidad y tipo de negocios registrados en la comunidad¹⁰; cantidad de negocios comerciales registrados; tipo de terreno; proporción de población desempleada (al nivel comarcal); empleo por sector económico¹¹ (primario, secundario, terciario); proporción de viviendas con electrificación; nivel de legalización de la propiedad, entre otras variables.

Adicionalmente se utilizarán como control los datos recolectados en las cabeceras municipales de León, donde se ubican algunos de los centros de comercialización y abastecimiento (mercados municipales) más importantes para el resto de la zona.

Las comunidades seleccionadas de acuerdo a los criterios, se presentan en el Anexo 4.

3.3.2 Informantes:

La recolección de precios de la CB se realiza a través de consulta directa a informantes comerciales, o sea, aquellos que comercializan los bienes y servicios de interés directamente con el consumidor final. Los principales informantes son: pulperías/ventas, tiendas, mercados, supermercados, centros comerciales, empresas de transporte y empresas de servicios básicos (luz y agua).

El número y tipo de informantes estará en función de las características de las comunidades y regiones que participen en el estudio.

Los precios consultados se referirán siempre a precios de venta efectiva que rijan el día de visita a los establecimientos y serán precios normal de venta al contado.

3.3.3 Selección de establecimientos:

En la selección de los establecimientos, se procurará que cumplan con las siguientes características:

- Los establecimientos deben de ofrecer suficientes garantías de continuidad en la venta de los artículos donde se cotizaron los precios.
- Se debe seleccionar los establecimientos de mayor volumen de venta o mayor afluencia de clientes.
- No se deben seleccionar cooperativas o establecimiento de acceso restringido a un sector de la población, así como puntos de venta ambulantes.

⁹ Se refiere a la encuesta de línea de base levantada por FIDEG como componente del proyecto *Recolección de Datos, Análisis y Estudios para la evaluación y monitoreo de la Cuenta Reto del Milenio en Nicaragua* durante el período diciembre 2007 y abril 2008.

¹⁰ Se utilizarán como fuente los registros de las alcaldías municipales.

¹¹ Se utilizarán como fuentes los datos del INIDE en *Municipios en Cifras 2007*.

- La muestra de establecimientos se mantendrá fija en el tiempo excepto cuando se tengan que sustituir por cierre del negocio o cambio de actividad.
- Al sustituir un establecimiento nuevo tendrá que ser similar al anterior, desde el punto de vista de la afluencia de clientes, nivel de precios , cantidad de productos que venden, etc.

3.4 Período de recolección

La recolección de datos sobre los precios de la CB se realizará en dos períodos. En el primero (agosto 2008) se establecerá la línea de base y en la segunda etapa se llevará a cabo al final del programa (2011)¹², según lo especifique la CRM. Cada uno de esos períodos constará de 2 rondas de levantamientos de precios en los mismos puntos, a realizarse al inicio y al final del mes, respectivamente. En total, se realizarán 4 rondas de recolección de precios en cada comunidad.

Ronda	Periodo: Línea de Base(2008)	No. comunidades
1	11 de agosto a 15 de agosto 2008	30
2	25 de agosto a 29 de agosto 2008	30
Ronda	Periodo: Final (2011)	No. comunidades
1	Por definirse	30
2	Por definirse	30

3.5 Formulario de recolección de precios

En el Anexo 3 se presenta el formato o formulario¹³ de encuesta que se empleará en la recolección de precios. Está basado en las modificaciones hechas por el Gobierno de Nicaragua (INIDE y BCN) a la estructura de la CB en el 2007 (Anexo 2).

Aunque tradicionalmente se ha empleado una sola hoja para varias cotizaciones de la CB por día con varios informantes por cada hoja, en este caso se utilizará un formulario por informante para recopilar la información requerida acerca de la identidad del informante, ubicación del establecimiento y otra información relevante.

Dado que este componente pretende medir el impacto del mejoramiento de la red vial secundaria sobre los precios y patrones de consumo de las comunidades beneficiadas, como parte del formulario de la entrevista se incluirá una sección con preguntas sobre las principales vías de tránsito utilizadas para el suministro de productos en cada comunidad, el estado de las mismas y su impacto sobre el precio y disponibilidad de dichos bienes.

El formulario se estructura de la siguiente manera:

SECCIÓN I: Información sobre el establecimiento e Informante:

¹² Un calendario de actividades más precisos para el período final (2011) será programado en fechas futuras.

¹³ Este formato o formulario estará sujeto a modificaciones de acuerdo con los resultados de la validación del mismo.

- Esta sección incluye preguntas como ubicación (urbano o rural, departamento, municipio, comunidad) y dirección del establecimiento, tipo de establecimiento (venta, supermercado, mercado etc.), identidad del informante etc.

SECCIÓN II: Información sobre carreteras:

- Esta sección incluye preguntas sobre: procedencia de los productos, frecuencia de abastecimiento de los productos. Adicionalmente, se incluyen preguntas sobre el estado actual y estado promedio de las carreteras aledañas, así como la percepción del informante sobre el impacto que tiene la condición de la carretera en la disponibilidad y precio de los productos.

SECCIÓN III: Registro de precios de los productos de la Canasta Básica

- Se incluye un listado de los 53 productos, su especificación (tipo, marca etc.) y unidad de medida. Se incluye también una columna de “Disponibilidad” y una de “Origen” para aquellos productos de los cuales el informante conozca la procedencia.

3.6 Cálculo de Precios

Se recolectarán los precios que incluyan el IVA y estén vigentes para las compras en efectivo y al detalle. No se tomarán en cuenta los precios de rebajas o promociones.

Se recolectarán los precios en boletas¹⁴ precodificadas que contienen el código del establecimiento informante, la lista de productos con su respectivo código, su especificación, fecha de recolección del precio, nombre del encuestador y casillas donde se registra el precio de cada producto.

La variabilidad de los precios entre negocios y las diferencias en los atributos de los productos determinan el número de cotizaciones necesarias para obtener un precio promedio confiable. Dado que el levantamiento de los precios de la CB esta circunscrito a la comunidad y dada la naturaleza rural o semi-rural de la misma, se presume que la disponibilidad de los productos y la variedad de los mismos es limitada, por lo tanto se hará la mayor cantidad de cotizaciones posibles por producto en cada comunidad. De esta forma, por ejemplo, si en una comunidad hay cuatro establecimientos que venden Arroz, se harán cuatro cotizaciones para el precio del Arroz. Del mismo modo si en una comunidad solo hay un establecimiento que vende Posta de pierna, solo se hará una cotización para ese producto.

Se recopilarán los precios de los productos de la CB de la primera semana del mes y los de la última semana. El costo de la CB en el mes será igual a:

$$CB_c = \Sigma((P_{i,1}Q_i + P_{i,2}Q_i)/2)$$

Donde:

CB_c es el costo de la Canasta Básica de la comunidad c en el mes.

P_{i,1}, es el precio del bien i en la primer semana.

P_{i,2}, es el precio del bien i en la última semana.

¹⁴ En el Anexo 3 se presenta la boleta que será utilizada.

Q_i , es la cantidad del bien i que la familia debería consumir en el mes según la CB oficial.

Por su parte el precio del bien será calculado de la siguiente manera:

$$P_i = (\sum C_{i,n})/N$$

Donde:

P_i es el precio del bien

$C_{i,n}$ es la cotización del precio del bien i .

n es el número de la cotización.

N es el número total de cotizaciones realizadas para el producto i

IV. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

4.1 Capacitación

Se llevará a cabo una capacitación de las brigadas para que dominen la metodología a aplicarse en el levantamiento de los precios. En esta capacitación se enfatizará en los siguientes aspectos:

1. Relación con el informante (Como solicitar la información).
2. Tipo y cantidades de establecimientos a visitarse.
3. Establecimientos a visitarse según categoría del producto.
4. Tipo o variedad y unidad de medida del producto.

4.2 Composición de las brigadas

Para el levantamiento de los precios, se conformará 1 brigada, integrada por 7 personas:

- 1 Supervisora
- 5 Encuestadoras
- 1 Conductor

4.3 Función de los miembros de la brigada

Supervisora: La organización de la colecta de precios y los recursos humanos involucrados en dicho proceso se realiza a través del trabajo de campo con la participación de un supervisor, cuyas principales funciones serán:

1. Comprobación de precios en puestos seleccionados aleatoriamente.
2. Seguimiento a las especificaciones y disponibilidad de los productos.
3. Asesoría sobre la manera de recolectar los precios.
4. Controlar e inspeccionar el trabajo realizado por los recolectores, verificando que las visitas se realicen de acuerdo al plan.
5. Garantizar la disciplina de la brigada.
6. Elaborar informes sobre la supervisión, los lugares visitados y los problemas encontrados.

Encuestadora: Su principal función recolectar los precios siguiendo los lineamientos de la metodología.

Conductor: Es el responsable del transporte de la brigada. Su principal función es trasladar a los encuestadores a los establecimientos informantes.

Además la brigada será acompañada por un equipo técnico para constatar la veracidad de la información y solventar cualquier problema que se presentasen en los distintos lugares donde se recogen los precios. Estos problemas pueden ser desde la escasez del producto, sustitución de un producto por su similar, etc.

Estas visitas permiten al equipo técnico, a través del supervisor del proyecto conocer, controlar y constatar que el trabajo se lleve a cabo de la forma adecuada para así dar cumplimiento a los objetivos del proyecto pero sobre todo verificar la información. El equipo técnico se encarga igualmente de revisar la información de forma que se pueda pasar a la grabación primaria de los datos.

4.4 Coordinación entre FIDEG y CRM

FIDEG estará informado al equipo de M&E los avances del trabajo. Si acaso surgiera alguna duda de la realidad concreta en el campo, el equipo de FIDEG se comunicará directamente con el equipo de monitoreo de León o Wisconsin.

4.5 Procesamiento de la información

El procesamiento de la información recolectada está a cargo de una persona en FIDEG, utilizando programas estadísticos previamente diseñados para el proceso de la información, expresamente para la captura y procesamiento de los resultados finales de cálculos de precios promedios. La captura de los datos y su procesamiento se realiza en un sistema de información basado en Clipper (Lenguaje de programación) y será exportado a formatos de base de datos SPSS y Excel.

4.6 Observaciones del consultor

Dado que el objetivo de la encuesta es medir el impacto de las mejoras en la red vial sobre el acceso a mercados, y precios de productos, FIDEG propone medir adicionalmente el impacto en la disponibilidad y cantidad de los productos. Esto permitirá analizar cual es la relación entre facilidad de acceso a mercados y precios. Este elemento consiste en registrar tanto el precio, como la disponibilidad, tipo y cantidad de los productos.

V. PRODUCTO

Al finalizar cada etapa de este componente, FIDEG entregará a la CRM un disco con la base de resultados que incluirá un conjunto de precios de los 53 productos¹⁵ que conforman la CB para cada comunidad estudiada, para un total de 30 comunidades. Cada CB presentará todas las cotizaciones a partir de las cuales se calculó el precio de promedio de cada elemento.

VI. CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Este componente comprende las siguientes actividades para el período 2008¹⁶:

No.	Actividad	Inicio	Final
1	Entrega de Protocolo a CRM	15/05/08	15/05/08
2	Revisión de Protocolo y aprobación-CRM	16/05/08	28/07/08
3	Validación del formulario y modificaciones	4/08/08	8/08/08
4	Capacitación de Personal	6/08/08	8/08/08
5	1er Levantamiento de Campo	11/08/08	15/08/08
6	Revisión y Procesamiento 1er Levantamiento	18/08/08	22/08/08
7	2do Levantamiento	25/08/08	29/08/08
8	Revisión y Procesamiento 2 Levantamiento 02	1/09/08	05/09/08
9	Preparación de Informe Preliminar	8/09/08	22/09/08
10	Revisión y Aprobación informe Preliminar- FIDEG	22/09/08	24/09/08
11	Entrega de informe Preliminar a CRM	25/09/08	25/09/08
12	Revisión de informe Preliminar-CRM	26/09/08	01/10/08
13	Entrega de informe Final	13/10/08	13/10/08

¹⁵ La cantidad definitiva estará sujeta a la disponibilidad de productos en la comunidad.

¹⁶ El calendario de actividades para el segundo período (2011) será programado en fechas futuras.

ANEXOS

Anexo 1: ZONA DE INFLUENCIA DE LAS CARRETERAS

De acuerdo a los estudios de factibilidad realizados por la CRM para la construcción y mejoramiento de las carreteras, la zona de influencia de las carreteras incluyen las siguientes comunidades y localidades:

R1: NEJAPA-IZAPA

Se localizan los poblados, parte de los barrios y caseríos sub urbanos del distrito III de Managua tales como: el Anzuelo, La Laguna de Nejapa, Nejapa Sur, Chiquilistagua, Planetarium, Ticomio Sur, Santa Ana I, Monte Tabor, Los Cedros, El Conejo, Empalme Santa Rita, Santa Rita, Iván López, Ojo de Agua, Ojo de Agua II, Nacascolo, Nandayosi I, La Cabaña, El Socorro, Empalme El Tránsito, El Chale, Apompuá, El Jicote, Piedra Blanca, Tierra Blanca, El Jablón, Empalme Puerto Sandino, El Tamarindo, Miramar, Sontomil, Los Corrales, Salineras del Pacífico, Empalme Izapa.

R2: VILLANUEVA-GUASAULE.

S1: SOMOTILLO-CINCO PINOS

Las principales comunidades servidas por el camino S-1 son Los Limones y Santo Tomás del Norte. Atraviesa también pequeñas comunidades como Paso Hondo, La Uva, El Espino, El Zacatón, La Honda, Villa Camila, El Carrizal y La Pavana. A lo largo de su longitud se localizan pequeñas escuelas de diferentes niveles, centros de salud y pequeños negocios.

S3: CINCO PINOS-SAN PEDRO DEL NORTE

Las principales comunidades servidas por el camino S-3 son Cinco Pinos y San Pedro del Norte. Atravesando también pequeñas comunidades como El Cerro, El Polvón, Matapalo, El Chaparral, Loma de Piedra, San Antonio, La Unión, El Cortezal. A lo largo de su longitud se localizan pequeñas escuelas de diferentes niveles, centros de salud y pequeños negocios.

S4: VILLANUEVA-EL SAUCE

Las principales comunidades servidas por el camino S-4 son El Sauce, Villa Nueva. Atraviesa también pequeñas comunidades como El Cerro, El Polvón, Matapalo, Cenicero, La Pitahaya, Santa Bárbara, El Zorrillal, Los Laureles, El Chaparral, Loma de Piedra, San Antonio, La Unión, El Cortezal. A lo largo de su longitud se localizan pequeñas escuelas de diferentes niveles, centros de salud y pequeños negocios.

S5: EL SAUCE-ACHAPUA

Las principales comunidades servidas por el camino S-5 son Achupapa, El Sauce. Atraviesa también pequeñas comunidades como Wisquili, Río Grande, EL Bejuco, Las Pilas, La Palma, El Chaparral, Los Limones, La Puerta, La Esperanza y Paso Hondo. A lo largo de su longitud se localizan pequeñas escuelas de diferentes niveles, centros de salud y pequeños negocios

S9: LEON-PONELOYA-LAS PEÑITAS

El camino S-9 atraviesa comunidades como Carlos Canales, Guanacastillo, La Ceiba, La Gallina, Las Delicias, San Roque, PoneLOYA, Las Peñitas, entre otras. A lo largo de su longitud se localizan escuelas de diferentes grados de escolaridad, centros de salud y pequeños negocios.

S13: EMP. PUERTO SANDINO-PUERTO SANDINO

Se encuentran los siguientes caseríos y poblados: El Cóbano, El Papalote, Villa Operadoras y Puerto Sandino.

Anexo 2: ESTRUCTURA DE LA CANASTA BÁSICA

Productos y cantidades de la CB oficial a partir del 2007.



Anexo 3: FORMULARIO PARA RECOLECCIÓN DE PRECIOS DE LA CB



Anexo 4: COMUNIDADES SELECCIONADAS SEGÚN CRITERIOS DE SELECCIÓN



Anexo 5: METODOLOGÍA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA DE COMUNIDADES